

PERLINDUNGAN HUKUM FRANCHISOR DAN FRANCHISEE DALAM PERJANJIAN WARALABA “SOTO SEGEER MBOK GIYEM” BOYOLALI

RizkiNurAnnisa
Rizkinurannisa08@gmail.com
Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret
AdiSulistiyono
Dosen Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret

Abstract

This study aimed to determine the form of legal protection for trademark holders to the culinary business in Indonesia and the reasons a franchisee in the franchise agreement "Soto SEGEER mBok Giyem" did not get a legal protection. This study is a doctrinal or normative study which assemble of primary data and secondary data. Bussines opportunities included from franchise determined by Republic of Indonesia Government Regulation number 42 year 2007 about Franchise and Minister of Trade Decree number 12/M.Dag/Per/3/2006 about provision and procedures published letter of franchise bussines registrations. The resgitation od trademark from franchise have been registered in Directorate General of Intellectual Property Rights based on President of Republic of Indonesia Act number 15 year 2001 about Mark. And than can given the other licenses to be used and precended by a agreement. Other than protection, trademark automatically protected by Trade Secret. But on the application, the protection has not been implemented according to the rules.

Keywords : Franchise, Agreement, Intellectual Property Rights

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk perlindungan hukum bagi pemegang merek terhadap bisnis kuliner di Indonesia dan sebab Franchisee dalam perjanjian waralaba “Soto SEGEER Mbok Giyem” tidak mendapatkan perlindungan hukum. Dengan mengumpulkan bahan hukum primer dan sekunder melalui teknik studi kepustakaan. Peluang usaha yang berbentuk waralaba ditentukan dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan No.12/M.Dag/Per/3/2006 tentang ketentuan dan tata cara penerbitan surat tanda pendaftaran usaha waralaba. Waralaba harus didahului dengan perjanjian. Pendaftaran merk dagang dari bisnis waralaba tersebut harus didaftarkan ke Direktorat Jendral Hak Atas Kekayaan Intelektual berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek. Yang kemudian dapat memberikan lisensi kepada oranglain untuk dapat menggunakan yang didahului dengan perjanjian. Selain perlindungan tersebut, merk dagang secara otomatis dilindungi Rahasia Dagangnya yang ketentuannya diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang. Namun dalam aplikasinya, bentuk perlindungan ini belum dilaksanakan sesuai dengan Peraturan Perundang-undangan yang ada.

Kata Kunci : Waralaba, Perjanjian, Hak Kekayaan Intelektuan (HKI)

A. Latar Belakang

Peluang bisnis waralaba merupakan salah satu dari beberapa pilihan jenis bisnis yang saat ini banyak diminati masyarakat. Karena bagi sebagian pelaku bisnis ini dapat meningkatkan kegiatan perekonomian dan memberikan kesempatan yang dapat lebih menjanjikan apabila dibandingkan dengan bisnis yang pada umumnya.

Pasal 1 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba (PP Waralaba) menyebutkan bahwa waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan

dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba. Selanjutnya disebutkan pada Pasal 3 PP Waralaba bahwa salah satu kriteria waralaba adalah Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang telah terdaftar, yang dimaksud dengan HKI yang telah terdaftar tersebut adalah HKI yang terkait dengan usaha seperti merek, hak cipta, paten, dan rahasia dagang, sudah didaftarkan dan mempunyai sertifikat atau sedang dalam proses pendaftaran di instansi yang berwenang.

Waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba dengan memperhatikan hukum Indonesia. Perjanjian Waralaba dapat memuat klausula pemberian hak bagi penerima waralaba untuk menunjuk penerima waralaba lain. Pemberi waralaba wajib memberikan pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran, penelitian, dan pengembangan kepada penerima waralaba secara berkesinambungan. Kewajiban lainnya yaitu pemberi waralaba harus mendaftarkan prospektus penawaran waralabanya sebelum membuat perjanjian waralaba dengan penerima waralaba. Kemudian oleh penerima waralaba juga wajib mendaftarkan perjanjian waralabanya. Pendaftaran diajukan kepada Menteri, dimana akan diterbitkan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba yang berlaku hingga 5 (lima) tahun dan dapat diperpanjang. Apabila hal ini tidak dilakukan, maka Menteri, Gubernur, Bupati/Walikota berhak menjatuhkan sanksi. Sanksi diatur dalam Pasal 16 PP Waralaba, yaitu berupa peringatan tertulis, denda; dan/atau pencabutan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba.

Berlakunya PP waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan No.12/M.Dag/Per/3/2006 tentang ketentuan dan tata cara penerbitan surat tanda pendaftaran usaha waralaba mewajibkan pihak-pihak yang terlibat dalam sistem waralaba melakukan perjanjian waralaba. Waralaba merupakan suatu hubungan berdasarkan perjanjian antara franchisor (pemberi waralaba) dengan franchisee (penerima waralaba). Pada dasarnya perjanjian waralaba merupakan salah satu aspek perlindungan hukum yang mengatur segala bentuk kegiatan yang berhubungan dengan waralaba. Perjanjian waralaba mengatur baik kegiatan yang menerangkan hak dan kewajiban pemberi waralaba maupun penerima waralaba. Dalam perjanjian waralaba haruslah berprinsip keadilan, adanya kesepakatan antara para pihak dan berpedoman dengan Perundang-Undangan yang berlaku saat ini.

Hak merek juga merupakan bagian dari hak intelektual, sama halnya dengan hak cipta dan paten serta hak kekayaan intelektual lainnya. Merek dapat diartikan sebagai sesuatu (gambar atau nama) yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi suatu produk atau perusahaan di pasaran. Pengusaha biasanya berusaha mencegah orang lain menggunakan merek mereka karena dengan menggunakan merek, para pedagang memperoleh reputasi baik dan kepercayaan dari para konsumen serta dapat membangun hubungan antara reputasi tersebut dengan merek yang telah digunakan perusahaan secara reguler (Lindsey, 2006:131).

Pelaksanaan waralaba penggunaan HKI khususnya pada hak merek dan rahasia dagang baik penerima waralaba maupun pemberi waralaba tentunya didahului dengan sebuah perikatan yang berguna mengatur hubungan antara keduanya. Dimana perikatan atau perjanjian tersebut mengikat kedua belah pihak dan berlaku asas pacta sunt servanda. Makna asas pacta sunt servanda sebagaimana maksud dalam Pasal 1338 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) adalah bahwa semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi yang membuatnya, artinya dengan adanya konsensus dari para pihak, maka kesepakatan itu menimbulkan kekuatan mengikat perjanjian sebagaimana layaknya undang-undang.

Bagi Pemerintah, penegakan hukum (rule of law) merupakan tanggung jawab yang harus direalisasikan untuk memberikan pelayanan dan keadilan hukum bagi warganya demi terciptanya ketertiban dan keselarasan dalam kehidupan. Bagaimanapun perlindungan hukum merupakan hak bagi setiap warga negara dimanapun berada dan Pemerintah mempunyai tanggung jawab besar untuk menegakkan hukum demi terselenggarakannya perlindungan hukum bagi warganya tanpa ada diskriminasi. Campur tangan yang dilakukan pihak Pemerintah ini diwujudkan melalui sarana hukum (Satjipto Rahardjo, 1978: 13).

Salah satu usaha kuliner yang menggunakan sistem waralaba adalah Soto SEGEER Mbok Giyem Boyolali. Soto SEGEER Mbok Giyem Boyolali mulai dikenal oleh masyarakat luas sejak tahun 1997 dengan anak cabang mencapai 33 titik daerah yang tersebar di Pulau Jawa. Tentu dalam melakukan usaha waralaba tersebut terdapat suatu perjanjian yang mengikat pemberi waralaba dan penerima waralaba yang menjadi dasar terjadinya perjanjian dalam waralaba "Soto SEGEER Mbok Giyem" Boyolali tersebut. Perjanjian antara pemberi waralaba dan penerima waralaba "Soto SEGEER Mbok Giyem" Boyolali

haruslah mencerminkan perlindungan bagi pemberi waralaba maupun penerima waralaba agar antara keduanya mendapat rasa keadilan dalam menjalankan usaha waralaba. Oleh karena itu, yang menjadi pembahasan dalam penulisan ini adalah bagaimana bentuk perlindungan pemegang hak merek terhadap bisnis kuliner di Indonesia dan bagaimana perbandingan perlindungan hukum antara franchisor dan franchisee dalam perjanjian waralaba "SOTO SEGEER MBOK GIYEM" Boyolali ini?

B. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian hukum normatif atau biasa dikenal dengan penelitian hukum doctrinal (doctrinal research), yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder yang terdiri dari bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier. Menurut Peter Mahmud Marzuki semua penelitian yang berkaitan dengan hukum (legal research) adalah selalu normative (Peter Mahmud Marzuki, 2014:55-56). Penelitian ini bersifat preskriptif dengan menggunakan pendekatan Undang-Undang (statute approach) dan pendekatan kasus(case approach).

Sumber penelitian ini menggunakan bahan hukum primer dan sekunder yang terkait dengan isu hukum yang diangkat. Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan. Teknik analisis data yang digunakan penulis dalam penulisan hukum ini adalah silogisme dan interpretasi (Peter Mahmud Marzuki, 2014:84-91).

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Bentuk Perlindungan Pemegang Hak Merek terhadap Bisnis Kuliner di Indonesia

Di Indonesia merek diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek sebagai Pengganti Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997 Tentang Merek atau bisa disebut UU Merek. Menurut Pasal 1 UU Merek pengertian merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa. Sedangkan pengertian merek dagang adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau

beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang-barang sejenis lainnya (Pasal 2 UUMerek). Permohonan pendaftaran merek diajukan kepada Direktorat Jenderal HKI (Dirjen HKI) dengan ditandatangani Pemohon/Kuasanya dan dilampiri dengan bukti pembayaran biaya (Pasal 7 UUMerek). Tata cara pendaftaran merek itu sendiri diatur dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia nomor 23 Tahun 1993 tentang Tata Cara Permintaan Pendaftaran Merek.

UU Merek memperkenalkan 3 (tiga) jenis merek, yaitu merek dagang (trade mark), merek jasa (service mark), dan merek kombinasi. Salah satu peluang usaha yang saat ini kian menjamur adalah bisnis kuliner. Peluang usaha makanan memang masih merupakan bisnis yang cukup menggiurkan terutama dari segi keuntungan yang ditawarkan dikarenakan kebutuhan pangan yang memang mau tidak mau harus dipenuhi. Namun, meskipun demikian masih banyak juga para pelaku usaha yang kurang beruntung alias gulung tikar. (<http://www.centerwaralaba.com/2013/04/21/peluang-usaha-makanan-semakin-menjamur/> diunduh pada tanggal 8 Februari 2016 pukul 20.00 WIB.)

Setiap produsen atau pengusaha atau pedagang dibidang kuliner tersebut agar mempunyai jaminan perlindungan hukum terhadap hak atas merek dagangnya, maka merek dagang (trade mark) yang menjadi produk jual mereka harus didaftarkan. UU Merek mewajibkan merek didaftarkan untuk mendapatkan perlindungan atas merek dagang tersebut. Dengan terdaftarnya merek sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 UU Merek, barulah pemegang merek akan diakui atas kepemilikan produk dagangnya. Hal ini sesuai dengan prinsip yang dianut oleh Undang-Undang Merek Indonesia, yakni first to file principle, bukan first come, first out principle. Berdasarkan prinsip tersebut, maka seseorang yang ingin memiliki hak atas merek harus melakukan pendaftaran atas merek yang bersangkutan. (Budi Agus Riswandi dan M. Syamsudin, 2004 : 85)

Perkara atau sengketa merek yang terjadi di Indonesia hingga saat ini lebih didominasi oleh perkara gugatan ganti rugi dan pembatalan merek yang berkaitan dengan pelanggaran hak atas merek terkenal. Terlebih merek dagang kuliner. Sebagai pemilik kuliner yang mempunyai pandangan kedepan demi

kemajuan bisnisnya, harus dengan segera mendaftarkan merek dagangnya ke Dirjen HKI. Setelah merek dagang kuliner tersebut didaftarkan dan memenuhi syarat-syarat yang telah ditentukan kemudian Dirjen HKI mengeluarkan sertifikat merek. Menurut Pasal 28 UU Merek, merek terdaftar mendapat perlindungan hukum untuk jangka waktu 10 (sepuluh) tahun sejak tanggal penerimaan dan jangka waktu perlindungan itu dapat diperpanjang. Kemudian Pasal 35 UU Merek disebutkan waktu perpanjangan dilakukan dilakukan 12 (dua belas) bulan sebelum berakhirnya jangka waktu perlindungan.

Ketika merek ini telah terdaftar, maka pemegang hak merek dapat melakukan perjanjian lisensi. Apabila tanpa melakukan perjanjian lisensi, tetapi langsung membuat merek yang sama pada pokoknya atau pada keseluruhannya dengan merek terdaftar milik orang lain dan digunakan pada barang atau jasa yang sama tanpa pendaftaran merek, hal ini merupakan pelanggaran Hak Atas Merek. Jadi bentuk pelanggaran berupa peniruan merek terdaftar. Istilah lain untuk pelanggaran tersebut dikenal istilah "pembajakan hak merek" (Satjipto Rahardjo, 2009 : 74). Pelanggaran yang terjadi terhadap merek dagang kuliner sangat merugikan pihak pemegang merek, karena peniruan merek tersebut dapat merubah pandangan masyarakat tentang cita rasa dan asal usul kuliner yang akan menurunkan reputasi dari kuliner tersebut, terlebih apabila nama merek dagang kuliner itu sudah dikenal oleh masyarakat luas. Sehingga untuk mencegah adanya peniruan merek dagang kuliner tersebut perlu adanya jaminan hukum.

Perlindungan hukum terhadap merek terdaftar adalah sebagai suatu jaminan hukum terhadap merek yang telah terdaftar agar diperlakukan sesuai dengan aturan yang berlaku (Ferry Susanto Limbang, 2011). Perlindungan merek dagang terutama di bidang kuliner, dimaksudkan untuk melindungi pemilikan atas merek, investasi dan goodwill (nama baik) dalam suatu merek, dan untuk melindungi konsumen dari kebingungan menyangkut asal usul suatu makanan yang dijual dalam bisnis kuliner.

Di Indonesia fungsi merek sendiri dipergunakan sebagai sarana untuk merangsang pertumbuhan industri, perdagangan yang sehat dan menguntungkan bagi semua pihak. Hal ini diakui oleh CAFI (Commercial Advisory Foundation in

Indonesia), bahwa mengenai paten dan merek dagang (trademark) di Indonesia memiliki peranan yang penting di dalam ekonomi Indonesia, terutama berkenaan dengan berkembangnya usaha-usaha industri dalam rangka penanaman modal. (M. Djumhana, Djubaidillah, 1997 : 160).

Walaupun sebagian besar pelaku bisnis terutama bisnis kuliner menyadari pentingnya penggunaan merek untuk membedakan produk yang mereka miliki dengan produk para pesaing mereka, tapi tidak semua dari mereka yang menyadari mengenai pentingnya perlindungan merek melalui pendaftaran. Tanpa adanya pendaftaran merek, investasi yang dimiliki dalam memasarkan sebuah produk dapat menjadi sesuatu yang sia-sia karena pesaing dapat memanfaatkan merek yang sama atau merek yang mirip tersebut untuk membuat atau memasarkan produk yang identik atau produk yang mirip. Jika seorang pesaing menggunakan merek yang identik atau mirip, pelanggan dapat menjadi bingung sehingga membeli produk pesaingnya tersebut yang dikiranya produk dari perusahaan sebenarnya. Hal ini tidak saja mengurangi keuntungan perusahaan, tetapi dapat juga merusak reputasi dan citra perusahaan yang bersangkutan, khususnya jika produk pesaing kualitasnya lebih rendah. Mengingat nilai dari merek dan peran yang dimiliki oleh sebuah merek dalam menentukan suksesnya sebuah produk di pasar, maka perlu dipastikan bahwa merek tersebut sudah terdaftar, guna mendapat perlindungan dalam pasar yang bersangkutan.

Perlindungan terhadap merek diberikan oleh Negara melalui undang-undang baik perlindungan yang bersifat preventif maupun yang bersifat represif. Perlindungan yang preventif terdapat dalam Pasal 76-77 UU Merk. Pasal tersebut mengisyatkan bahwa apabila terdapat pihak lain yang melanggar hak merek dari seseorang yang sudah mempunyai sertifikat hak merek terlebih dahulu, maka pemilik merek terdaftar dapat mengajukan gugatan kepada Pengadilan Niaga terhadap pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya untuk barang atau jasa yang sejenis berupa:

- a. Gugatan ganti rugi, dan/atau
- b. Penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan Merek tersebut.

Gugatan atas pelanggaran Merek sebagaimana dimaksud diatas dapat diajukan oleh penerima lisensi merek terdaftar baik secara sendiri maupun bersama-sama dengan pemilik merek yang bersangkutan. Terhadap hasil putusan Pengadilan Niaga ini apabila merasa tidak puas maka dapat mengajukan upaya huku yaitu langsung pada tingkat Kasasi. Selain pengajuan gugatan ke Pengadilan Niaga, ada alternatif penyelesaian sengketa lain yaitu penyelesaian sengketa melalui Arbitrase atau Alternatif Penyelesaian Sengketa.

Sedangkan perlindungan represifnya terdapat pada Pasal Ketentuan Pidana dari Pasal 90-95 UU Merek. Perlindungan ini diberikan apabila pihak lain dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan merek atau tanda yang samapada pokok maupun keseluruhannya dengan merek terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, maka terdapat ketentuan pidana yang bisa menjerat si pelaku pelanggaran hak merek. Tindak pidanaini merupakan delik aduan.

Sanksi akan dikenakan bagipelanggar merek sah karenapelanggaran merupakan perbuatanmelawan hukum (Pasal 1365 KUHPerduta) antara lain memenuhi unsur :

- a. Perbuatan melawan hukum
- b. Adanya kerugian
- c. Adanyahubungan sebab akibat antaraperbuatan dan kerugian yang ditimbulkan
- d. Adanya Kesalahan

Dengan adanya perlindungan tersebut menunjukkan bahwa Negara berkewajiban dalam menegakkan hukum merek. Oleh karena itu apabila ada pelanggaran merek terdaftar, pemilik merek dapat mengajukan gugatan ke Kantor Pengadilan. Dengan perlindungan tersebut maka akan terwujud keadilan yang menjadi tujuan dari hukum. Salah satu tujuan hukum adalah mewujudkan keadilan masyarakat. Dengan perlindungan hukum maka pemilik merek yang sah terlindungi hak-haknya. Negara wajib memberikan perlindungan terhadap pihak-pihak yang dirugikan sesuai dengan konteks State Law.

2. Perbandingan Perlindungan Hukum antara Franchisor dan Franchisee dalam Perjanjian Waralaba “SOTO SEGEER MBOK GIYEM” Boyolali

Waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba. (Pasal 1 PP Waralaba). Waralaba mempunyai kriteria tersendiri, yaitu (Pasal 3 PP Waralaba)

- a. Memiliki ciri khas usaha;
- b. Terbukti sudah memberikan keuntungan;
- c. Memiliki standar atas pelayanan dan barang dan/atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis;
- d. Mudah diajarkan dan diaplikasikan;
- e. Adanya dukungan yang berkesinambungan; dan
- f. HKI yang telah terdaftar

Merek dagang dari “SOTO SEGEER MBOK GIYEM” Boyolali ini telah didaftarkan tertanggal 26 September 2013. Pendaftaran akan merek dagang tersebut sampai dengan saat ini belum keluar surat sertifikatnya. Saat ini yang sudah memiliki surat merek dagang adalah Soto Segeer yang merek dagangnya dengan nomor daftar IDM000173528. Penggantian nama ini di sebabkan atas banyak munculnya tiruan nama dan untuk menjadi lebih memiliki ciri khas. Pengalihan merek dagang dari SOTO SEGEER menjadi “SOTO SEGEER MBOK GIYEM” Boyolali ini didasarkan pada surat pengalihan merek dengan nomor HKI.HI.4.06.04.15774/2013 yang telah dicatatkan pada tanggal 20 Maret 2015. Adanya suatu usaha waralaba disini kemudian memunculkan bahwa terwujudnya perjanjian waralaba “Soto SEGEER MBOK GIYEM” Boyolali.

Ketentuan Pasal 43 UU Merek menyatakan bahwa :

- a. Merek terdaftar berhak memberikan lisensi kepada pihak lain dalam perjanjian baik penggunaan seluruhnya maupun sebagian .

Penggunaan merek dagang terdaftar saat ini masih dalam proses pendaftaran merek dagang. Dalam hal ini pihak pemohon merek dagang “SOTO SEGEER MBOK GIYEM” Boyolali initelah memiliki merek dagang sebelumnya dengan nomor daftar IDM000173528. Untuk pemberian merek dagang yang diberikan kepada penerima waralaba dengan berdasarkan perjanjian waralaba “SOTO SEGEER

MBOK GIYEM" Boyolali ini berdasar pada surat permohonan tertanggal 26 September 2013 dan surat pengalihan hak nomor HKI.HI.4.06.04.15774/2013. Perjanjian waralaba "SOTO SEGEER MBOK GIYEM" Boyolali menjelaskan bahwa penerima waralaba berhak untuk menggunakan merek dagang yang dimiliki oleh pemberi waralaba dalam menjalankan usaha waralaba tersebut.

- b. Perjanjian lisensi berlaku seluruh wilayah Negara Republik Indonesia

Perjanjian yang dilakukan oleh pihak pemberi waralaba (franchisor) dan penerima waralaba (franchisee) termasuk dalam wilayah Negara Republik Indonesia.

- c. Perjanjian lisensi wajib dimohonkan pencatatan pada Dirjen dengan dikenai biaya akibat hukum dari pencatatan perjanjian lisensi.

Perjanjian waralaba yang ada di dalam "SOTO SEGEER MBOK GIYEM" Boyolali ini belum didaftarkan di Dirjen. Dan perjanjian ini hanya merupakan akta otentik dibawah notaris.

Bisnis waralaba harus didahului dengan adanya perjanjian (Agreement). Dalam membuat perjanjian, asas perjanjian yang tersirat dalam Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdata yaitu asas kebebasan berkontrak. Pasal tersebut menyatakan bahwa semua perjanjian yang dibuat secara sah, berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Sampai dengan batas tertentu, ketentuan dalam perjanjian yang disepakati oleh para pihak harus dihormati. Di Indonesia meskipun tidak dirumuskan secara eksplisit mengenai pembatasan tersebut, namun dalam ketentuan Pasal 1337 KUHPerdata, terdapat pembatasan bahwa setiap perjanjian tidak boleh bertentangan dengan peraturan, kesusilaan dan ketertiban umum. Secara khusus dalam peraturan tertentu yang melarang setiap perbuatan hukum atau peristiwa hukum yang menyebabkan terjadinya penyelundupan hukum.

Sehubungan dengan syarat sahnya perjanjian waralaba antara franchisor dengan franchisee, harus memenuhi ketentuan dalam Pasal 1320 KUHPerdata sebagai berikut:

- a. Adanya kesepakatan (isi atau klausul perjanjian);
- b. Umur para pihak sudah mencapai 18 tahun atau sudah pernah melakukan

perkawinan (cakap atau dewasa menurut hukum);

- c. Mengenai hal tertentu, dalam hal ini mengenai waralaba;
- d. Suatu klausula yang halal, tidak bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan, atau ketertiban umum.

Hal yang perlu dipahami terkait dengan pemberian lisensi dalam waralaba adalah kerahasiaan atas seluruh data, keterangan dan informasi yang diperoleh oleh penerima waralaba dari pemberi waralaba. Umumnya, lisensi merupakan rangkaian independen dan sulit dipisahkan. Untuk melindungi rangkaian inilah maka kemudian dilakukan pendaftaran HKI dan selanjutnya pemberi waralaba mewajibkan penerima waralaba untuk merahasiakannya.

Perjanjian waralaba merupakan salah satu aspek perlindungan hukum kepada para pihak dari perbuatan merugikan pihak lain, termasuk dalam memberikan perlindungan hukum terhadap HKI. Hal ini dikarenakan perjanjian tersebut dapat menjadi dasar hukum yang kuat untuk menegakkan perlindungan hukum bagi para pihak yang terlibat dalam sistem waralaba. Jika salah satu pihak melanggar isi perjanjian, maka pihak lain dapat menuntut pihak yang melanggar tersebut sesuai dengan hukum yang berlaku. Sebagaimana Perjanjian Waralaba di atas, dapat diketahui bahwa Perjanjian tersebut telah mengatur tentang perlindungan HKI secara spesifik, yakni dengan memperjanjikan batasan-batasan tertentu yang harus dipatuhi oleh franchisee, yang secara langsung maupun tidak langsung ditujukan untuk melindungi hak kekayaan intelektual dari pemberi waralaba.

Pasal 5 PP Waralaba, dalam perjanjian waralaba tersebut memuat klausula paling sedikit :

- a. Nama dan alamat para pihak;
- b. Jenis Hak Kekayaan Intelektual;
- c. Kegiatan usaha;
- d. Hak dan kewajiban para pihak;
- e. Bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan, dan pemasaran yang diberikan Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba;
- f. Wilayah usaha;
- g. Jangka waktu perjanjian;
- h. Tata cara pembayaran imbalan;

- i. Kepemilikan, perubahan kepemilikan, dan hak ahli waris;
- j. Penyelesaian sengketa; dan
- k. Tata cara perpanjangan, pengakhiran, dan pemutusan perjanjian.

Bentuk perlindungan franchisor dalam perjanjian waralaba ini adalah tentang perlindungan merek dagang yaitu merek "SOTO SEGEER MBOK GIYEM" hal ini terlihat dalam klausula larangan, bahwa pihak kedua dilarang memindahtangankan atau menjual merek dan bumbu inti "SOTO SEGEER MBOK GIYEM" Boyolali kepada pihak lain. Selain itu larangan pembocoran segala sesuatu yang bersifat rahasia, dalam hal ini termasuk didalamnya yaitu rahasia dagang. Hal ini membuktikan bahwa unsur HKI yang ada telah dilindungi. Ada juga kewajiban franchisee untuk membayar sejumlah royalti sesuai kesepakatan dengan pihak franchisor sebagai bentuk hak ekonomi franchisor yang diberikan sebagai pemegang merek pertama dalam pemanfaatan HKI yaitu hak merek dan rahasia dagangnya.

Konsep perlindungan hukum terhadap hak merek tersebut mengacu pada sifat hak merek yang bersifat khusus (exclusive). Hak khusus tersebut bersifat monopoli artinya hak itu hanya dapat dilaksanakan oleh pemilik merek. Tanpa adanya izin dari pemilik merek, orang lain tidak boleh mempergunakan hak khusus. Jika ada pihak lain yang mempergunakan hak khusus dengan tanpa adanya izin dari pemilik hak merek, maka telah terjadi pelanggaran yang dapat dikenai sanksi tertentu. (Agung Sudjatmiko, 2000 : 349). Dapat diketahui bahwa HKI dalam waralaba merupakan unsur yang terpenting, mengingat apabila suatu usaha waralaba tidak memiliki HKI tertentu maka dapat dipastikan usaha tersebut bukanlah waralaba, dengan demikian HKI dalam waralaba harus mendapatkan perlindungan hukum, dalam hal ini perjanjian waralaba menjadi sangat signifikan dan menentukan dalam memberikan perlindungan hukum tersebut, melalui perjanjian waralaba tersebut berbagai aspek perlindungan terhadap HKI diatur dan disepakati oleh para pihak.

Perlindungan pihak franchisor dalam perjanjian waralaba "SOTO SEGEER MBOK GIYEM" Boyolali berikutnya adalah mengenai larangan untuk membuka usaha rumah makan yang sama dalam radius yang ditentukan. Sanksi pelanggaran terhadap

ketentuan ini berupa denda. Pihak franchisor membuat peraturannya larangan-larangan yang harus dihindari pihak franchisee sendiri. Dalam perjanjian waralaba "SOTO SEGEER MBOK GIYEM" Boyolali ini, tercantum klausul tentang berakhirnya perjanjian. Berakhirnya perjanjian dapat dilakukan secara sepihak disebabkan apabila franchisee tidak membayar paket bumbu yang sudah ditentukan dua kali berturut-turut tanpa adanya konfirmasi atau permohonan paling lama satu minggu setelah jatuh tempo, tidak menjaga standarisasi, kualitas, mutu, harga serta tidak menjaga nama baik merek dagang. Alasan franchisor menentukan hal demikian dikarenakan ia merasa untuk membangun citra kuliner di masyarakat merupakan usaha yang bukan memerlukan waktu singkat. Butuh kerja keras untuk mendapatkan kepercayaan masyarakat bahwa "SOTO SEGEER MBOK GIYEM" ini merupakan merek dagang yang khas dan mempunyai jaminan mutu yang tinggi. Sehingga perjanjian sepihak seperti ini mau tidak mau harus disepakati oleh pihak franchisee. Sehingga perlu adanya kerjasama dalam menjaga kualitas, standarisasi dan mutu dari merek dagang "SOTO SEGEER MBOK GIYEM" ini.

Namun pemutusan kontrak secara sepihak tersebut menjadikan posisi franchisee adalah pihak yang lemah. Dalam perjanjian waralaba (Franchise Agreement) diterapkan asas kebebasan berkontrak yaitu adanya kebebasan pihak franchisor untuk menentukan atau memilih patner bisnis sebagai franchisee, karena kebebasan menentukan isi dan bentuk perjanjian sudah tidak ada lagi dengan dituangkannya Perjanjian Waralaba dalam bentuk perjanjian baku. Perjanjian waralaba merupakan perjanjian baku, dimana franchisor telah menyiapkan persyaratan yang telah dicetak dalam suatu formulir perjanjian yang kemudian diserahkan kepada pihak franchisee. Perjanjian baku ini lazim dibuat karena franchisor dapat lebih menghemat pengeluaran biaya dan waktu. Namun, perjanjian seperti ini seringkali memberatkan franchisee karena didominasi dengan kepentingan-kepentingan franchisor. Perjanjian baku ini juga bisa disebut dengan perjanjian terima atau tolak (take it or leave it) karena salah satu pihak tidak dapat melakukan negosiasi atau persyaratan yang ada dalam perjanjian. perjanjian ini justru menentang asas dalam perjanjian yaitu asas kebebasan berkontrak, karena terlihat

bahwa perjanjian waralaba ini hanya menitik beratkan pada kepentingan franchisor saja.

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia (PERMENDAGRI) Nomor 57/M-DAG/PER/9/2014 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53/M-DAG/PER/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba. Perjanjian waralaba yang diputus secara sepihak oleh pemberi waralaba sebelum masa berlaku perjanjian waralaba berakhir, pemberi waralaba tidak dapat menunjuk penerima waralaba yang baru untuk wilayah yang sama, sebelum mencapai kesepakatan dalam penyelesaian perselisihan oleh kedua belah pihak (clean break) atau sampai ada putusan pengadilan yang sudah berkekuatan hukum tetap (Pasal 8 PERMENDAGRI Nomor 57/M-DAG/PER/9/2014). Artinya pihak franchisor tidak dengan sewenang-wenangnya untuk memutuskan perjanjian tersebut dan kemudian mengganti pihak penerima waralaba yang baru sebelum adanya kesepakatan kedua belah pihak baik musyawarah atau melalui keputusan pengadilan. Sehingga bagi pihak franchisee yang diputus secara sepihak mendapat penggantian kerugian misalnya dari pihak pemberi waralaba melalui hasil musyawarah.

Secara prinsip, pemutusan sepihak tidak dapat lagi dilakukan oleh franchisor. Jika hal itu dilakukan atau tidak dihindarkan, maka franchisor tidak dapat menunjuk franchisee yang baru untuk wilayah yang sama sebelum terjadi perdamaian di antara para pihak atau adanya putusan pengadilan yang berkekuatan hukum tetap. Tentunya, jika harus menunggu putusan pengadilan yang berkekuatan hukum tetap, hal itu akan memakan waktu lama.

Jika berpijak pada ketentuan umum maka suatu perjanjian waralaba yang ditawarkan oleh Franchisor tidak dapat diganggu gugat atau dengan kata lain bentuk dan isi dari perjanjian tersebut ditentukan oleh pihak Franchisor, dan pihak Franchisee tinggal membubuhkan tanda tangan tanpa adanya negosiasi dengan pihak Franchisor mengenai isi dari perjanjian. Seolah-olah pihak Franchisee tidak mempunyai hak untuk mengajukan saran atau usulan terhadap perjanjian waralaba yang akan dijalaninya padahal belum tentu semua aturan yang ditetapkan dapat memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak. Hak-hak yang biasa diterima oleh Franchisee masih sangat

dibatasi, sehingga kemungkinan Franchisee untuk memperjuangkan haknya masih terikat dengan isi perjanjian yang disepakatinya itu. Jika terjadi masalah dalam pelaksanaan perjanjian waralaba tersebut, maka Franchisee harus meninjau ulang komitmen yang telah disepakati dengan Franchisor. Dengan adanya pengkajian tersebut diharapkan calon Franchisee nantinya tidak akan tertipu dan merasa dirugikan oleh pihak atau pemilik Franchise. Hal ini dilakukan untuk mengantisipasi adanya tindakan sepihak dari Franchisor kepada Franchisee.

Kewajiban franchisee dalam perjanjian waralaba "SOTO SEGEER MBOK GIYEM" Boyolali salah satunya adalah membayar royalti kepada pihak franchisor, dengan begitu franchisee mendapatkan haknya yaitu berupa dapat menggunakan merek dagang "SOTO SEGEER MBOK GIYEM" Boyolali, mendapatkan paket bumbu serta bimbingan teknis dari pihak franchisor. Pemanfaatan merek dagang ini dibatasi jangka waktu yang berbeda-beda antara anak cabang satu dengan yang lain. Selanjutnya hak yang diterima franchisee adalah hak untuk mendapatkan bimbingan teknis dari pihak pertama agar mutu dan pelayanan sesuai standar rumah makan "SOTO SEGEER MBOK GIYEM" Boyolali. Hal ini sesuai dengan Pasal 8 PP Nomor 42 tahun 2007 tentang Waralaba, bahwa pemberi waralaba wajib memberikan pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran, penelitian, dan pengembangan kepada penerima waralaba secara berkesinambungan. Jika pemberi waralaba tidak memberikan pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran, penelitian dan pengembangan kepada penerima waralaba secara berkesinambungan dan tidak mendaftarkan prospektus penawaran waralaba sebelum membuat perjanjian waralaba dengan penerima waralaba serta tidak mendaftarkan perjanjian waralaba maka berdasarkan Pasal 16 PP Waralaba bahwa Menteri, Gubernur, Bupati / Walikota dapat mengenakan sanksi administratif bagi pemberi waralaba dan penerima waralaba yang melanggar ketentuan yang berlaku. Sanksi tersebut dapat berupa peringatan tertulis, denda dan / atau pencabutan surat tanda pendaftaran waralaba. Peringatan tertulis dapat diberikan paling banyak 3 (tiga) kali dalam tenggang waktu 2 (minggu) terhitung

sejak tanggal surat peringatan sebelumnya diterbitkan. Denda sebagaimana dimaksud dikenakan paling banyak Rp100.000.000,- (seratus juta rupiah).

Sehingga dalam perjanjian waralaba "SOTO SEGEER MBOK GIYEM" Boyolali ini kedudukan hukum franchise adalah pihak yang paling lemah. Pihak franchisee karena perjanjian yang sudah disepakatinya tersebut harus rela mengikuti segala ketentuan dan prosedur yang ditetapkan oleh pihak Franchisor hal ini terkadang tidak diimbangi dengan pemenuhan kewajiban pihak Franchisor kepada pihak Franchisee karena pihak franchisor lebih mementingkan hak daripada kewajibannya. Oleh karena itu, franchisee sebelum menandatangani kontrak perjanjian harus teliti untuk menganalisa calon franchise beserta Franchisornya sebab banyak sekali tawaran dari pihak franchisor yang sebenarnya menggiurkan hal ini dalam rangka menarik calon pembeli franchise.

D. Kesimpulan

1. Pemberian perlindungan hak merek pada merek dagang kuliner, diberikan kepada pendaftar merek dagang pertama ke Dirjen HKI. Apabila diterima, maka akan diterbitkan sertifikat hak merek dengan jangka waktu 10 tahun dan bisa diperpanjang. Pelanggaran yang sering terjadi terhadap merek dagang ini adalah berupa peniruan merek terdaftar atau pembajakan hak merek. Untuk pencegahannya diperlukan jaminan hukum, jaminan hukum tersebut berupa perlindungan diberikan pemerintah melalui undang-undang baik yang bersifat preventive maupun yang bersifat represif. Perlindungan yang preventive terdapat dalam Pasal 76-77 UU

Merk. Sedangkan perlindungan represifnya terdapat pada Pasal Ketentuan Pidana dari Pasal 90-95 UU Merek.

2. Dalam hal ini maka aspek perlindungan hukum franchisor dalam perjanjian waralaba "SOTO SEGEER MBOK GIYEM" Boyolali sudah terpenuhi mengenai aspek HKI-nya yaitu hak merek dan rahasia dagang serta pelanggaran-pelanggaran yang dimungkinkan dilakukan pihak franchisee dikemudian hari yaitu dengan menerapkan denda. Namun perlu disoroti mengenai aspek perlindungan franchisee disini bahwa adanya pemutusan kontrak sepihak yang sewaktu-waktu dapat dilakukan oleh pihak franchisor yang disebabkan oleh suatu hal. Hal ini tidak diperbolehkan mengingat aspek kebebasan berkontrak Pasal 1338 KUHPerdata dan PERMENDAGRI Nomor 57/M-DAG/PER/9/2014 bahwa franchisor tidak sewenang-wenangnya untuk memutuskan perjanjian dan kemudian mengganti pihak penerima waralaba yang baru sebelum adanya kesepakatan kedua belah pihak baik musyawarah atau melalui keputusan pengadilan. Sehingga bagi pihak franchisee yang diputus secara sepihak mendapat penggantian kerugian misalnya dari pihak franchisor melalui hasil musyawarah..

E. Saran

Dalam hal pembuatan perjanjian waralaba pihak franchisee harus cermat dalam meneliti klausul dalam perjanjian waralaba tersebut. Hal ini disebabkan agar dikemudian hari perjanjian ini tidak merugikan franchisee, karena kedudukan franchisee dalam perjanjian waralaba ini sangatlah lemah.

Daftar Pustaka

LiteraturBuku :

- Adrian Sutedi, 2008, Hukum Waralaba, Bogor : Ghalia Indonesia
- Budi Agus Riswandi dan M. Syamsudin. 2004. Hak Kekayaan Intelektual dan Budaya Hukum. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada,
- Lindsey, Tim. 2006. Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar. Bandung: Alumni
- Muhammad Djumhana dan Djubaidillah. 1997. Hak Milik Intelektual, Sejarah Teori Dan Prakteknya Di Indonesia, Bandung : PT. Citra Aditya Bakti
- Peter Mahmud Marzuki. 2014. Penelitian Hukum (Edisi Revisi). Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Satjipto Rahardjo. 2009. Penegakan Hukum, Suatu Tinjauan Sosiologis, cet 1 Genta. Yogyakarta : Publishing

Jurnal :

- Agung Sudjatmiko. 2000. Perlindungan Hukum Hak Atas Merek. Jurnal Hukum Bisnis Yuridika, Vol. 15 No. 5 September-Agustus. Fakultas Hukum Universitas Airlangga.
- Peraturan Perundang-Undangan :
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2001 Tentang Paten
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 1993 Tentang Tata Cara Permintaan Pendaftaran Merek
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba
- Peraturan Menteri Perdagangan No. 12/M.Dag/Per/3/2006 Tentang ketentuan dan tata cara penerbitan surat tanda pendaftaran usaha waralaba
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 57/M-DAG/PER/9/2014 Tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53/M-DAG/PER/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Pustaka Maya :

- Erwin, <http://www.centerwaralaba.com/2013/04/21/peluang-usaha-makanan-semakin-menjamur/>